

## **Em-T&#233; vraagt klant om hulp**

16-01-2008 00:00

Supermarktketen Em-Té schakelt klanten in voor de aanscherping van de formule. Als mystery shopper moeten zij verbeteringen aandragen en het huidige winkelbeeld beoordelen. De campagne gaat honderdduizenden euro's kosten, zo meldt Distrifood.

Basis van de actie vormt een grootschalige enquête in de winkels. Deelname aan het onderzoek levert de klant kortingen op aan de kassa. Zo ontvangen klanten die één winkel beoordelen tien procent korting op één kassabon, klanten die twee winkels beoordelen ontvangen vijftien procent korting op twee kassabonnen en klanten die zelfs drie winkels bezoeken ontvangen twintig procent korting op drie kassabonnen. Em-Té mikt op zo'n vijftienduizend deelnemende acties.